

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-85-167>

УДК 338.48:338

ФЕСТИВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІДНОВЛЕННЯ ТЕРИТОРІЙ ТА РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ПОСТКРИЗОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

FESTIVAL TOURISM AS A TOOL FOR TERRITORIAL RECOVERY AND THE DEVELOPMENT OF THE CREATIVE ECONOMY IN THE CONTEXT OF POST-CRISIS TRANSFORMATION

Долинська Олеся Олегівна

доктор філософії, доцент,

Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7977-5700>**Шоробура Інна Михайлівна**

доктор педагогічних наук, професор,

Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3728-7968>**Гільберг Тетяна Георгіївна**

кандидат географічних наук, доцент,

Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8746-3515>**Dolynska Olesia, Shorobura Inna, Hilberh Tetiana**
Khmelnyskyi Humanitarian-Pedagogical Academy

У статті досліджено роль фестивального туризму як ефективного інструменту відновлення територій та стимулювання розвитку креативної економіки в умовах посткризової трансформації. Визначено, що фестивальний туризм виступає каталізатором активізації внутрішнього туризму, формування позитивного іміджу територій та залучення інвестиційних ресурсів. Проаналізовано основні функції фестивалів як складової креативної економіки, серед яких економічна, соціокультурна, комунікативна та маркетингова. Доведено, що фестивальні заходи сприяють розвитку малого та середнього бізнесу, створенню нових робочих місць, підтримці локальних виробників і креативних індустрій. Окреслено ключові проблеми та виклики розвитку фестивального туризму в посткризовий період. Запропоновано напрями підвищення ефективності використання фестивального туризму як інструменту територіального.

Ключові слова: фестивальний туризм; креативна економіка; територіальний розвиток; посткризове відновлення; туристична дестинація.

The article examines the role of festival tourism as an effective instrument for territorial recovery and the stimulation of the creative economy in the context of post-crisis transformation. It is substantiated that in contemporary socio-economic conditions, shaped by the consequences of global and local crises – particularly the COVID-19 pandemic and military conflicts – the search for innovative approaches to revitalizing local economies, enhancing the tourist attractiveness of territories, and activating internal development resources becomes especially relevant. It is determined that festival tourism acts as a catalyst for socio-economic activity, contributes to the formation of a positive destination image, and increases their competitiveness. The main functions of festivals as a component of the creative economy are analyzed, including economic, socio-cultural, communicative, and marketing functions. It is proven that the organization of festival events stimulates the development of small and medium-sized enterprises, activates entrepreneurial activity, promotes job creation, and supports local producers, artists, and representatives of creative industries. At the same time, festivals perform an important social function by fostering social cohesion, strengthening local identity, and preserving cultural heritage. The key problems and challenges of festival tourism



development in the post-crisis period are outlined, including security issues, limited financial resources, insufficient development of tourism and transport infrastructure, and pronounced seasonality of demand. The directions for improving the effectiveness of festival tourism as a tool for territorial development are proposed, particularly through the implementation of digital technologies, the development of public-private partnerships, the diversification of the festival product, and the integration of event activities into regional development strategies. It is concluded that festival tourism has significant potential as a factor of territorial recovery and a driver of the creative economy, providing a multiplier effect for the economy, culture, and social sphere of regions in the period of post-crisis transformation.

Keywords: festival tourism; creative economy; territorial development; post-crisis recovery; tourist destination.

Постановка проблеми. У сучасних умовах посткризової трансформації соціально-економічних систем особливої актуальності набуває пошук ефективних інструментів відновлення територій, що зазнали негативного впливу кризових явищ, зокрема військових конфліктів, економічної нестабільності та соціальних потрясінь. Традиційні підходи до регіонального розвитку часто виявляються недостатньо гнучкими та інноваційними, що зумовлює необхідність активізації нових драйверів економічного зростання, серед яких вагоме місце посідає креативна економіка.

Одним із перспективних напрямів у цьому контексті виступає фестивальний туризм, який поєднує культурні, соціальні та економічні аспекти розвитку територій. Фестивалі здатні не лише формувати позитивний імідж дестинацій, але й стимулювати підприємницьку активність, залучати інвестиції, створювати робочі місця та сприяти відновленню соціальної згуртованості громад. Водночас, в умовах посткризового відновлення постає проблема недостатньої інтеграції фестивального туризму в стратегії регіонального розвитку, а також обмеженого використання його потенціалу як інструменту розвитку креативної економіки.

Незважаючи на зростання інтересу до фестивального туризму в науковому дискурсі, питання його ролі у відновленні територій та формуванні нових економічних моделей в умовах посткризової трансформації залишаються недостатньо дослідженими. Особливої уваги потребує обґрунтування механізмів взаємодії фестивального туризму з креативними індустріями, визначення його впливу на соціально-економічну стійкість територій, а також розробка ефективних управлінських підходів до його розвитку.

Таким чином, актуальність дослідження зумовлена необхідністю теоретичного осмислення та практичного обґрунтування ролі фестивального туризму як інструменту відновлення територій і розвитку креативної економіки в умовах посткризових змін, що

визначає постановку відповідної наукової проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фундаментальні підходи до розуміння сутності туризму, його структури та функцій представлені у працях В. К. Бабарицької [1], О. Ю. Малиновської [1], Д. І. Басюк [2], О. О. Бейдика [3], Ф. Ф. Шандори [11] та М. П. Кляпа [11]. Зокрема, у цих дослідженнях розкрито понятійно-термінологічний апарат туризму, визначено роль туристичних ресурсів та обґрунтовано значення культурно-рекреаційного потенціалу територій як базису для розвитку спеціалізованих видів туризму, у тому числі фестивального.

Окрему групу становлять наукові праці, присвячені безпосередньо фестивальному туризму. Так, О. О. Бейдик [4] та А. О. Гончарук [4] розглядають фестивальний туризм як складову культурно-розважального туризму, підкреслюючи його значення у формуванні туристичної привабливості регіонів.

Значний внесок у розвиток теорії фестивального туризму зроблено у працях М. П. Мальської [10], А. Т. Грицишина [7], С. В. Білоус [5] та М. Я. Топорницької [10], де систематизовано теоретичні та практичні засади організації фестивального туризму, визначено його функції, класифікацію та роль у розвитку туристичних дестинацій.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми: аналіз наукових джерел дозволяє зробити висновок, що проблема розвитку фестивального туризму є достатньо розробленою у вітчизняній науці. Водночас недостатньо дослідженими залишаються питання використання фестивального туризму як інструменту посткризового відновлення територій та розвитку креативної економіки, що зумовлює необхідність подальших наукових розвідок у цьому напрямі.

Основні завдання дослідження полягають у: уточненні сутності фестивального туризму як складової креативної економіки; визначенні його функцій та ролі у відновленні територій; аналізі впливу фестивалів на соціально-економічний розвиток, зайня-

тість і підприємництво; виявленні проблем та обмежень розвитку у посткризовий період; обґрунтуванні напрямів інтеграції фестивального туризму у стратегії регіонального розвитку.

Постановка завдання. Досягнення мети дослідження передбачає комплексне вивчення теоретичних засад і практичних аспектів використання фестивального туризму як інструменту відновлення територій та розвитку креативної економіки. – теоретично обґрунтувати та визначити практичні можливості використання фестивального туризму як інструменту відновлення територій і розвитку креативної економіки в умовах посткризової трансформації.

Мета дослідження – теоретично обґрунтувати та визначити практичні можливості використання фестивального туризму як інструменту відновлення територій і розвитку креативної економіки в умовах посткризової трансформації.

Виклад основного матеріалу дослідження У сучасних умовах посткризової трансформації соціально-економічних систем особливого значення набуває пошук ефективних інструментів відновлення територій, здатних забезпечити не лише економічне зростання, але й соціальну стабілізацію та підвищення якості життя населення. Одним із таких інструментів виступає фестивальний туризм, який органічно поєднує економічні, культурні та соціальні складові розвитку, формуючи нові можливості для активізації територіальних громад і стимулювання креативної економіки. Фестивальний туризм у даному контексті доцільно розглядати як багатофункціональне явище, що забезпечує синергетичний ефект взаємодії різних секторів економіки. Його розвиток сприяє активізації внутрішнього туризму, диверсифікації туристичного продукту та підвищенню конкурентоспроможності дестинацій. Водночас фестивалі виступають платформою для розвитку креативних індустрій, оскільки створюють попит на культурний продукт, стимулюють творчу діяльність та сприяють формуванню інноваційних форм підприємництва. Економічна функція проявляється у збільшенні доходів місцевих бюджетів, залученні інвестицій, розвитку малого і середнього бізнесу, зокрема у сферах гостинності, харчування, транспорту та торгівлі. Соціокультурна функція полягає у відновленні культурної ідентичності, зміцненні соціальної згуртованості та формуванні позитивного психологічного

клімату в суспільстві. Комунікативна функція забезпечує розвиток міжрегіональних та міжнародних зв'язків, тоді як маркетингова сприяє формуванню бренду території та підвищенню її туристичної привабливості. Аналіз впливу фестивального туризму на соціально-економічний розвиток територій свідчить, що його ефективність значною мірою залежить від рівня інтеграції у стратегії регіонального розвитку. Успішні практики демонструють, що фестивалі здатні виступати каталізаторами економічної активності, створюючи мультиплікативний ефект для суміжних галузей. Зокрема, збільшення туристичних потоків стимулює розвиток інфраструктури, підвищує попит на локальні товари та послуги, сприяє зайнятості населення та зростанню доходів. Водночас у процесі дослідження виявлено низку проблем, що стримують розвиток фестивального туризму в умовах посткризового відновлення. До них належать недостатній рівень інституційної підтримки, обмеженість фінансових ресурсів, нерозвиненість туристичної інфраструктури в окремих регіонах, а також відсутність системного підходу до управління фестивальними проєктами. Окремою проблемою є недостатня інтеграція фестивального туризму з іншими секторами креативної економіки, що обмежує можливості формування комплексного туристичного продукту. У цьому контексті особливого значення набуває розробка стратегічних підходів до розвитку фестивального туризму, що передбачають посилення міжсекторальної взаємодії, впровадження інноваційних управлінських моделей, активізацію державно-приватного партнерства та використання цифрових технологій для просування туристичних дестинацій. Важливим напрямом є також підтримка локальних ініціатив, розвиток креативних кластерів та формування сприятливого середовища для реалізації фестивальних проєктів. Таким чином, фестивальний туризм виступає важливим інструментом відновлення територій, що забезпечує комплексний вплив на економічний, соціальний і культурний розвиток, а також створює передумови для формування стійких моделей функціонування креативної економіки в умовах посткризової трансформації.

Щорічно різноманітні туристичні події відіграють дедалі вагомішу роль у формуванні туристичних потоків, а також суттєво впливають на розвиток інфраструктури туристичних дестинацій. Вони не лише привертають увагу широкого кола потенційних відвідувачів, але

й формують позитивний імідж територій, стимулюючи їх соціально-економічне зростання. У цьому контексті особливої актуальності набуває дослідження фестивальних ресурсів, потенціал яких є практично невичерпним і найбільш ефективно реалізується у межах пізнавального, молодіжного, етнічного та пригодницького туризму. Таким чином, фестивальний туризм можна розглядати як один із ключових чинників підвищення туристичної привабливості регіонів, що обумовлює необхідність його ґрунтовного наукового осмислення [6].

На сучасному етапі розвитку туристичної науки фестивальний туризм здебільшого трактують як складову подієвого туризму, хоча рівень теоретичного опрацювання цього напрямку залишається недостатнім. Вітчизняні та зарубіжні дослідники приділяють увагу окремим аспектам його функціонування, зокрема питанням організації, класифікації та впливу на розвиток територій. Водночас проблеми формування єдиного понятійного апарату, визначення структурних елементів та функціональних характеристик фестивального туризму потребують подальшого поглибленого аналізу. У науковому дискурсі існує низка підходів до визначення сутності фестивального туризму. Зокрема, його розглядають як різновид культурно-розважального туризму, що передбачає здійснення подорожей з метою участі у фестивалях, культурних заходах або видовищних подіях. Інші дослідники обґрунтовують доцільність виділення фестивального туризму в окремий самостійний вид, підкреслюючи його унікальність та багатофункціональність. Адже фестивалі, як концентровані прояви культурного, мистецького та соціального життя, здатні задовольнити широкий спектр потреб туристів від пізнавальних до емоційно-розважальних. З позиції сучасного наукового підходу фестивальний туризм доцільно трактувати як різновид культурно-пізнавального туризму, що реалізується через участь у різноманітних фестивальних заходах, серед яких можуть бути етнічні, релігійні, гастрономічні, музичні, спортивні, історичні, театралізовані події, а також фестивалі сучасних субкультур і креативних індустрій. Така багатогранність форм зумовлює універсальність цього виду туризму та його здатність інтегрувати різні сфери суспільного життя. Узагальнюючи наукові підходи, фестивальний туризм можна визначити як спеціалізований вид туристичної діяльності, що передбачає тимчасове переміщення

осіб за межі місця постійного проживання з метою участі або відвідування фестивальних заходів без здійснення оплачуваної діяльності у місці перебування. При цьому такі подорожі мають чітко окреслену мотивацію, пов'язану із прагненням до отримання нових вражень, культурного досвіду та емоційного відпочинку. Фестивальний туризм поєднує в собі ознаки кількох суміжних видів туризму, зокрема пізнавального, розважального та етнографічного, однак водночас має низку специфічних характеристик, що дозволяють виокремити його як самостійний напрям. До таких ознак належать відносно коротка тривалість подорожей (зазвичай 2–5 днів), чітка територіальна локалізація подій, наявність конкретної подієвої мети, а також тісний взаємозв'язок із культурними традиціями та історією розвитку конкретної території. Крім того, спостерігається стійка тенденція до зростання інтересу до фестивальних заходів, що підтверджує їх значущість у структурі сучасного туризму. Важливою складовою організації фестивалів є матеріально-технічна база, яка включає просторові локації проведення заходів, відповідне технічне забезпечення, а також інфраструктурні елементи. У більшості випадків реалізація фестивальних проєктів потребує залучення різних зацікавлених сторін – органів влади, бізнесу, спонсорів, творчих колективів та громадських організацій. Це підкреслює комплексний характер фестивального туризму та його міжсекторальну природу.

Незважаючи на активний розвиток, питання класифікації фестивального туризму залишається дискусійним. Відсутність єдиної системи пояснюється складністю диференціації його форм і різноманіттям критеріїв. Водночас, спираючись на загальні підходи до класифікації туризму, фестивальний туризм можна систематизувати за низкою ознак: за напрямками туристичних потоків (внутрішній, в'їзний, виїзний), за територіальним охопленням (національний, міжнародний), за тривалістю подорожі, соціально-демографічними характеристиками учасників, формою організації (індивідуальний або організований), інтенсивністю проведення, а також способом пересування. Фестивальний рух виступає своєрідним індикатором розвитку культурного середовища та рівня креативної активності суспільства. Його динаміка визначається сукупністю внутрішніх і зовнішніх чинників, серед яких особливе значення мають економічні умови, рівень розвитку інфраструктури, культурна спадщина, державна політика у

сфері туризму та загальні соціальні тенденції. Зокрема, регіони з багатою історико-культурною спадщиною мають значний потенціал для розвитку фестивального туризму. Використання традицій, ремесел, етнографічних особливостей сприяє створенню унікального туристичного продукту та формуванню конкурентних переваг територій. Проведення фестивалів у таких регіонах не лише активізує туристичні потоки, але й сприяє збереженню та популяризації культурної спадщини. Водночас сучасні виклики, зокрема пандемічні обмеження, суттєво вплинули на функціонування фестивальної індустрії. Організатори були змушені адаптуватися до нових умов, впроваджуючи інноваційні підходи, зокрема онлайн-формати, гібридні моделі проведення заходів, посилені санітарні заходи. Це, з одного боку, ускладнило організацію фестивалів, а з іншого відкрило нові можливості для розширення аудиторії та цифровізації туристичних продуктів. Фестивальний туризм сьогодні є динамічним і перспективним напрямом туристичної діяльності, що характеризується високим рівнем адаптивності до сучасних умов та здатністю ефективно інтегруватися у глобальні соціокультурні процеси. Його розвиток сприяє не лише економічному зростанню регіонів, але й формуванню культурної ідентичності, підвищенню якості туристичного продукту та зміцненню міжнародних зв'язків [8].

Подальший розвиток фестивального туризму в умовах посткризової трансформації потребує не лише адаптації до нових соціально-економічних реалій, але й переосмислення його ролі як інструменту довгострокового територіального розвитку. У цьому контексті особливої ваги набуває формування інтегрованих моделей управління фестивальними проектами, що ґрунтуються на принципах сталості, інноваційності та інклюзивності. Такі моделі мають передбачати комплексне поєднання економічних, соціокультурних та екологічних аспектів, забезпечуючи збалансований розвиток територій і мінімізацію можливих негативних наслідків від туристичної активності. Одним із ключових напрямів підвищення ефективності фестивального туризму є його цифрова трансформація. Використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема цифрового маркетингу, платформ онлайн-просування, соціальних мереж та мобільних застосунків, дозволяє значно розширити цільову аудиторію, підвищити рівень залученості туристів та оптимізу-

вати процеси організації заходів [12]. Водночас цифровізація сприяє формуванню нових форматів фестивального досвіду, зокрема гібридних подій, які поєднують офлайн- та онлайн-участь, що є особливо актуальним у контексті сучасних глобальних викликів. Не менш важливим аспектом є розвиток креативних кластерів як осередків генерації інноваційних ідей та культурного продукту. Фестивали у цьому випадку виступають не лише як окремі події, але й як каталізатори формування креативного середовища, що об'єднує митців, підприємців, представників культурної індустрії та місцеві громади. Така взаємодія сприяє створенню доданої вартості, розвитку локальних брендів і підвищенню інвестиційної привабливості територій.

Особливу увагу слід приділити питанню сталості фестивального туризму, що передбачає раціональне використання ресурсів, збереження культурної спадщини та мінімізацію екологічного навантаження. У сучасних умовах все більшої популярності набувають концепції «зелених фестивалів», які орієнтовані на впровадження екологічно відповідальних практик, зокрема зменшення відходів, використання відновлюваних ресурсів та популяризацію екологічної свідомості серед учасників [9]. Важливим фактором успішного розвитку фестивального туризму є також активна участь місцевих громад у процесах планування та реалізації фестивальних заходів. Залучення населення сприяє підвищенню рівня соціальної відповідальності, формуванню відчуття причетності до розвитку території та забезпечує більш ефективне використання локального потенціалу. У свою чергу, це створює передумови для зміцнення соціального капіталу та підвищення рівня довіри між різними стейкхолдерами. Крім того, у контексті посткризового відновлення важливо забезпечити диверсифікацію фестивального продукту та його адаптацію до потреб різних сегментів туристів. Це передбачає розробку тематично різноманітних заходів, орієнтованих на різні вікові, соціальні та культурні групи, що дозволяє розширити туристичний попит і підвищити конкурентоспроможність дестинацій на внутрішньому та міжнародному ринках. Таким чином, фестивальний туризм у сучасних умовах трансформується з інструменту короткострокового залучення туристичних потоків у стратегічний чинник сталого розвитку територій. Його ефективність визначається рівнем інтеграції у регіональні стратегії, здатністю до інновацій та адаптації,

а також активною взаємодією між державою, бізнесом і громадянським суспільством. Це, у свою чергу, створює підґрунтя для формування нових моделей розвитку креативної економіки, що відповідають сучасним викликам і забезпечують довгострокову стійкість територіальних систем.

Висновки. Фестивальний туризм сприяє активізації внутрішніх туристичних потоків, підвищенню інвестиційної привабливості регіонів та формуванню позитивного іміджу туристичних дестинацій. Його економічний ефект проявляється через стимулювання розвитку малого і середнього бізнесу, зростання зайнятості населення, підтримку локальних виробників і креативних індустрій, а також формування мультиплікативного ефекту у суміжних галузях економіки. Водночас соціокультурний вимір фестивального туризму забезпечує зміцнення локальної ідентичності, відновлення культурної спадщини та підвищення рівня соціальної згуртованості громад. Фестивальний туризм у сучасних умовах посткризової трансформації набуває статусу стратегічного інструменту відновлення територій, забезпечуючи

синергетичний ефект для економіки, культури та соціальної сфери. Його подальший розвиток потребує комплексного наукового осмислення та практичної імплементації інноваційних моделей управління, що відкриває перспективи для підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій і формування стійких моделей розвитку креативної економіки.

Перспективи подальших досліджень. Перспективи подальших досліджень полягають у поглибленні теоретико-методологічних підходів до визначення сутності фестивального туризму та його ролі у структурі креативної економіки. Доцільним є розроблення інструментарію оцінювання соціально-економічної ефективності фестивальних заходів з урахуванням їх мультиплікативного впливу на розвиток територій. Важливим напрямом є дослідження цифровізації фестивального туризму, зокрема впровадження інноваційних платформ просування та гібридних форматів подій. Перспективним також є вивчення механізмів інтеграції фестивального туризму у регіональні стратегії відновлення та розвитку територіальних громад.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навч. посіб. Київ: Альтерпрес, 2004. 288 с.
2. Басюк Д. І. Основи туризмології: навч. посіб. Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2005. 202 с.
3. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2001. 295 с.
4. Бейдик О. О., Гончарук А. О. Розвиток культурно-розважального туризму в Україні (на прикладі фестивального туризму). *Географія та туризм*, 2010. Вип. 8. С. 45–49.
5. Білоус С. В., Масюк Ю. О., Красько А. Б. Економічні та ресурсні аспекти розвитку фестивального туризму на території України. *Інфраструктура ринку*, 2019. Вип. 28. С. 11–17.
6. Білоус С. В., Масюк Ю. О., Красько А. Б. Фестивальний туризм як новий напрям українського туризму. *Географія та туризм*, 2019. С. 160–164.
7. Грицишин А. Т. Особливості позитивного впливу фестивального туризму на туристичний простір. *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації*, 2021. С. 140–142.
8. Долинська О. О. Перспективи розвитку фестивального туризму в Хмельницькій області. *Географія та туризм*, 2023. Вип. 71. С. 15–19.
9. Лущик М. Про особливості розвитку фестивального туризму (за матеріалами Львівської області). *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 2021. Vol. 298, № 5(2). С. 87–94.
10. Мальська М. П., Грицишин А. Т., Білоус С. В., Топорницька М. Я. Фестивальний туризм: теорія та практика. Київ: ФОП Піча Ю. В., 2022. 232 с.
11. Шандор Ф. Ф., Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму. Київ: Знання, 2013. 334 с.
12. Шоробура І. М., Біницька О. П., Долинська О. О. Сучасні інформаційні технології в туризмі. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*, 2024. С. 233–236.

REFERENCES:

1. Babarytska V. K., & Malynovska O. Yu. (2004) Menedzhment turyzmu. Turopereitynh. Poniatiino-terminolohichni osnovy, servisne zabezpechennia turproduktu: navch. posib. [Tourism management. Tour operating. Conceptual and terminological foundations, service support of the tourism product: textbook]. Kyiv: Alterpres. 288 p.

2. Basiuk D. I. (2005) *Osnovy turyzmolohii: navch. posib.* [Fundamentals of tourism studies: textbook]. Kaminets-Podilskyi: Aksioma. 202 p.
3. Beidyk O. O. (2001) *Rekreatsiino-turystski resursy Ukrainy: metodolohiia ta metodyka analizu, terminolohiia, raionuvannia* [Recreational and tourist resources of Ukraine: methodology and methods of analysis, terminology, zoning]. Kyiv: VPTs «Kyivskiy universytet» – Kyiv: Kyiv University Publishing Center. 295 p.
4. Beidyk O. O., & Honcharuk A. O. (2010) *Rozvytok kulturno-rozvazhalnogo turyzmu v Ukraini (na prykladi festyvalnogo turyzmu)* [Development of cultural and entertainment tourism in Ukraine (on the example of festival tourism)]. *Heohrafiia ta turizm – Geography and Tourism*, issue 8, pp. 45–49.
5. Bilous S. V., Masiuk Yu. O., & Krasko A. B. (2019) *Ekonomichni ta resursni aspekty rozvytku festyvalnogo turyzmu na terytorii Ukrainy* [Economic and resource aspects of the development of festival tourism in Ukraine]. *Infrastruktura rynku – Market Infrastructure*, issue 28, pp. 11–17.
6. Bilous S. V., Masiuk Yu. O., & Krasko A. B. (2019) *Festyvalnyi turizm yak novyi napriam ukrainskogo turyzmu* [Festival tourism as a new direction of Ukrainian tourism]. *Heohrafiia ta turizm – Geography and Tourism*, pp. 160–164.
7. Hrytsyshyn A. T. (2021) *Osoblyvosti pozytyvnoho vplyvu festyvalnogo turyzmu na turystychnyi prostir* [Features of the positive impact of festival tourism on the tourist space]. *Hostynnist, servis, turizm: dosvid, problemy, innovatsii – Hospitality, Service, Tourism: Experience, Problems, Innovations*, pp. 140–142.
8. Dolynska O. O. (2023) *Perspektyvy rozvytku festyvalnogo turyzmu v Khmelnytskii oblasti* [Prospects for the development of festival tourism in Khmelnytskyi region]. *Heohrafiia ta turizm – Geography and Tourism*, issue 71, pp. 15–19.
9. Lushchik M. (2021) *Pro osoblyvosti rozvytku festyvalnogo turyzmu (za materialamy Lvivskoi oblasti)* [On the peculiarities of the development of festival tourism (based on materials of Lviv region)]. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, vol. 298, no. 5(2), pp. 87–94.
10. Malska M. P., Hrytsyshyn A. T., Bilous S. V., & Topornytska M. Ya. (2022) *Festyvalnyi turizm: teoriia ta praktyka* [Festival tourism: theory and practice]. Kyiv: FOP Picha Yu. V. 232 p.
11. Shandor F. F., & Kliap M. P. (2013) *Suchasni riznovydy turyzmu* [Modern types of tourism]. Kyiv: Znannia. 334 p.
12. Shorobura I. M., Binytska O. P., & Dolynska O. O. (2024) *Suchasni informatsiini tekhnolohii v turyzmi* [Modern information technologies in tourism]. *Pedahohika formuvannia tvorchoi osobystosti u vyshchii i zahalnoosvitnii shkolakh – Pedagogy of Creative Personality Formation in Higher and Secondary Schools*, pp. 233–236.

Дата надходження статті: 17.04.2026

Дата прийняття статті: 07.05.2026

Дата публікації статті: 13.05.2026